

Н.В. Полавская

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В статье рассматривается проблема выбора между коммерциализацией интеллектуальной собственности и режимом свободного доступа, приводятся аргументы в пользу обеих точек зрения. Анализируется проблема неиспользуемой интеллектуальной собственности организаций и предлагаются методы ее решения. Рассматривается значение инновационных посредников для коммерциализации интеллектуальной собственности. Раскрывается проблема спроса на интеллектуальную собственность, который формируется под влиянием факторов внутренней и внешней среды организаций. Анализируются понятия циклов инновационности и открытости организаций.

Ключевые слова: коммерциализация, интеллектуальная собственность, свободный доступ, инновационные посредники, циклы инновационности, открытость организации, модель открытых инноваций.

The article deals with the problem of the choice between intellectual property commercialization and free access and contains arguments for the both points of view. There is also the analysis of the problem of non-working intellectual property in organizations and methods of problem solving in the article. The author considers the role of innovation intermediaries in the process of intellectual property commercialization. The article includes the analysis of the demand for intellectual property which is formed by the internal and external factors. The author also discloses conceptions of the innovation waves, openness of organizations and open innovation model.

Key words: commercialization, intellectual property, free access, innovation intermediaries, innovation waves, openness of organizations, open innovation model.

Понятие «коммерциализация интеллектуальной собственности» активно применяют в контексте инновационной экономики в качестве одного из видов инновационной деятельности. Коммерциализацией можно назвать процесс превращения ре-

Полавская Наталья Вадимовна — аспирантка кафедры экономики инновационного развития факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова; *e-mail:* polavskayanv@gmail.com

зультата научной или творческой деятельности человека в коммерчески ценный товар, услугу или процесс с его последующей реализацией на рынке.

Суть коммерциализации заключается в построении «устройства для генерации денег»¹, т.е. бизнеса, генерирующего устойчивые финансовые потоки. Это важное свойство коммерциализации, которое позволяет отделить ее от процесса исследований, разработки и создания интеллектуального продукта.

В связи со спецификой результатов интеллектуальной деятельности они объединены в особое понятие «интеллектуальная собственность», которое включает результат интеллектуальной деятельности, особую правовую защиту и «пучок» правомочий собственника. Защита определяет границы результатов интеллектуальной деятельности и исключает доступ третьих лиц. Она делает права интеллектуальной собственности «видимыми» и обоснованными². «Хочешь иметь хороших соседей — построй хорошие заборы»³. Образно выражаясь, защита интеллектуальной собственности и «строит» подобные «заборы». «Пучок» правомочий позволяет коммерциализировать интеллектуальную собственность, реализуя часть правомочий на нее третьим лицам.

Ключевой проблемой, касающейся интеллектуальной собственности, является проблема выбора между коммерциализацией и свободным доступом. С одной стороны, многие объекты интеллектуальной собственности могут быть общественными благами, так как обладают основным свойством общественного блага — «неконкурентностью»⁴. Неконкурентность означает, что объекты не снижают полезности при дополнительном потреблении, и использование блага одним субъектом не мешает использовать его другим субъектам. С другой стороны, создание объекта интеллектуальной собственности как и создание материального объекта, требует затрат, которые окупаются путем коммерциализации и исключения бесплатного доступа третьих лиц к объекту.

Специалисты отмечают тенденцию усиления защиты интеллектуальной собственности, которая проявилась в последние

¹ Антонец В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. М., 2009. С. 23.

² См.: Кинселла С. Против интеллектуальной собственности. М., 2001.

³ Frost R. The Mending Wall, in North of Boston. N.Y., 1995.

⁴ Субер П. Знание как общественное благо // Вестн. SPARC. 2009. № 11. URL: <http://webscience.ru/details/znanie-kak-obshchestvennoe-bлаго> (дата обращения: 25.05.2014).

25—30 лет. Она выражается в количественном росте защиты традиционных объектов интеллектуальной собственности, а также в появлении новых объектов, которые признаются законодательством интеллектуальной собственностью. Бизнес-модели до 1998 г. нельзя было патентовать (речь идет о США), программное обеспечение было непатентоспособным до 1981 г.⁵

Тим Джексон в книге «Intel Inside» описывает 1960-е гг., когда защита интеллектуальной собственности не была так востребована, как сейчас. Изобретатели конкурировали между собой, не успевая патентовать. «В 1960-е были другие правила. <...> Ученые с радостью передавали права на изобретения своим работодателям в обмен на какие-то символические деньги и копию первой страницы патента. Так почему же они должны были быть менее щедры по отношению к коллегам-ученым из других фирм? <...> Пытаться скрыть какую-то информацию при таком стремительном ходе развития было не только бессмысленно, так как любой талантливый конкурент мог придумать способ обойти патент. Это просто считалось неспортивным»⁶. Ближе к 1980-м гг. компания Intel стала играть по новым правилам (которые сама же отчасти установила) и ужесточила защиту интеллектуальной собственности до такой степени, что на какой-то период ставила цели перед юридическим отделом «возбуждать по два новых дела в каждом квартале»⁷.

Г. Чесбро, специалист по открытым инновациям, считает, что до 1980-х гг. отсутствие жесткой защиты интеллектуальной собственности в США объясняется позицией правительства, которое полагало, что средства защиты интеллектуальной собственности используются корпорациями для ухода от антимонопольного законодательства. Позиция правительства определяла степень судебной защиты прав интеллектуальной собственности. С 1953 по 1977 г. только 30% патентов, по которым были выявлены нарушения, получили судебную поддержку⁸. С 1980-х гг. во многих отраслях промышленности серьезную конкуренцию США стала составлять Япония. Правительство США усилило защиту интеллектуальной собственности для стимулирования инвестиций американских фирм в инновационную деятельность.

⁵ Boldrin & Levine. Against intellectual monopoly. 2005. URL: <http://levine.sscnet.ucla.edu/general/intellectual/against.htm> (дата обращения: 22.04.2014).

⁶ Джексон Т. Intel Inside. История корпорации, совершившей технологическую революцию XX века. М., 2013. С. 33.

⁷ Там же. С. 201.

⁸ См.: Чесбро Г. Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент. М., 2008. С. 90.

В 1980-е гг. в сфере программного обеспечения проявился конфликт между сторонниками и противниками коммерциализации интеллектуальной собственности. Крупные корпорации, такие, как Intel, Microsoft, IBM, стали активно защищать интеллектуальную собственность и коммерциализировать ее. В противовес им независимые разработчики начали запускать проекты по обеспечению свободного доступа к разработанным ими программным продуктам. В 1983 г. несколько таких проектов было объединено в проект по разработке свободного программного обеспечения под названием GNU. «Стандартная Общественная Лицензия GNU разработана с целью гарантировать вам право совместно использовать и вносить изменения в свободное программное обеспечение, т.е. обеспечить свободный доступ к программному обеспечению для всех пользователей»⁹.

Сторонники коммерциализации полагают, что защита интеллектуальной собственности дает возможность окупить затраты на ее создание и выплатить вознаграждение автору или изобретателю. Получение дохода мотивирует его продолжить заниматься созданием объектов интеллектуального труда. Таким образом, при условии защиты авторских прав и патентов будет совершаться больше изобретений и создаваться больше произведений искусства, что приведет к росту благосостояния¹⁰.

В манифесте GNU, составленном Р. Столманом, высказаны возражения против аргумента о важности вознаграждения. Р. Столман пишет, что свободный обмен разработками помогает программистам постоянно улучшать программы и чувствовать себя комфортно в общении с коллегами, что является «важным слагаемым счастья, которое деньги заменить не могут»¹¹.

С. Кинселла приводит аргумент против утверждения, что защита интеллектуальной собственности ведет к росту благосостояния. Он отмечает, что эконометрические исследования не показывают зависимости заметного прироста благосостояния от усиления защиты интеллектуальной собственности. Существуют аргументы в пользу того, что без патентной защиты инноваций было бы даже больше, чем при ее наличии, больше средств выделялось бы на исследования и разработки вместо их траты на патенты и судебную защиту. Вполне возможно, что, не рассчитывая

⁹ Перевод на русский язык General Public License GNU. 2002. URL: <http://jxself.org/translations/gpl-2.ru.shtml> (дата обращения: 25.05.2014).

¹⁰ См.: Аллен К. Продвижение новых технологий на рынок. М., 2007. С. 140.

¹¹ Столмен Р. Манифест GNU. 1993. URL: <http://www.gnu.org/gnu/manifesto.ru.html> (дата обращения: 25.05.2014).

на патентную монополию длительностью 20 лет, компании имели бы даже больше стимулов к инновационной деятельности¹².

К. Аллен приводит мнение, что, не давая доступа к результатам интеллектуальной деятельности, собственник затрудняет достижение массового использования своей технологии. «Редко случается, что какой-то одиночный изобретатель сам может предсказать и распознать все потенциальные области применения и производные от его изобретения»¹³. Эффект неоптимального использования ресурса субъектами, имеющими на него исключительные права, Майкл Геллер назвал «трагедией антиобщин»¹⁴. Субъект максимизирует собственный доход на фоне минимизации общественного благосостояния.

Сторонники защиты интеллектуальной собственности предполагают, что отсутствие юридической защиты ведет к ограничению возможностей других субъектов и тормозит развитие технологий. Без юридической защиты изобретатели, скорее всего, скрывали бы информацию, что тормозило бы развитие отрасли¹⁵. В этом случае у других субъектов не было бы возможности узнать об объекте и получить возмездные права пользования интеллектуальной собственностью.

Другой аргумент сторонников свободного доступа касается потребителей конечного продукта или полезного эффекта интеллектуальной собственности. Они вслед за пользователями интеллектуальной собственности, которые производят конечный продукт, вынуждены платить наценку из-за затрат на приобретение, защиту интеллектуальной собственности, транзакционные издержки, возникающие в процессе ее коммерциализации, и т.д. Так как производство копии объекта интеллектуальной собственности практически ничего не стоит, собственник, окупив затраты на разработку, начинает получать монопольную прибыль за счет ограничения доступа к объекту интеллектуальной собственности. Boldrin и Levine соглашаются с тем, что автор или изобретатель нуждается в компенсации за потраченные труд и время. Но необходимостью авторского вознаграждения нельзя обуславливать установление монополии¹⁶.

¹² См.: *Кинселла С.* Против интеллектуальной собственности. М., 2001.

¹³ *Аллен К.* Продвижение новых технологий на рынок. С. 142.

¹⁴ *Heller M.* The Tragedy of the Anticommons // Harvard Law Review. 1998. N 1. URL: <http://wdi.umich.edu/files/publications/workingpapers/wp40.pdf> (дата обращения: 25.05.2014).

¹⁵ См.: *Аллен К.* Продвижение новых технологий на рынок. С. 140.

¹⁶ *Boldrin & Levine.* Against intellectual monopoly. 2005. URL: <http://levine.sscnet.ucla.edu/general/intellectual/against.htm> (дата обращения: 22.04.2014).

Сложно определить, какой из режимов — защиты интеллектуальной собственности или свободного доступа — является наиболее оптимальным. В рыночной экономике преобладает режим коммерциализации интеллектуальной собственности, так как основная цель участников рынка — извлечение прибыли. Возможно, в сфере теоретической науки преобладает режим свободного доступа. Защита интеллектуальной собственности не распространяется на научные открытия, законы, абстрактные теории, математические вычисления. Полезность — один из критериев для выдачи патента. Автор таких результатов интеллектуальной деятельности может претендовать лишь на признание его авторства, но не на извлечение выгоды.

Коммерческие организации применяют режим свободного доступа в качестве части своей рыночной стратегии. Так, они используют его как рекламу интеллектуальных товаров. Например, программное обеспечение может предоставляться пользователям бесплатно на определенный период времени, а последующее использование или версию с большим количеством функций надо оплатить. Похожий пример приводит В.Г. Зинов: «Авторы музыкальных произведений или видео публикуют свои произведения или видео для свободного прослушивания или просмотра в надежде получить популярность и “монетизировать” эту популярность другими способами (за счет платных гастролей, участия в телешоу, через рекламу)»¹⁷. Режим свободного доступа может помочь компании создать стандарты отрасли или класса разрабатываемых продуктов. Получив таким образом «безопасную гавань», компания занимается дальнейшими разработками на основе общих знаний¹⁸. Такая стратегия снижает риск невостребованности нового продукта. Режим свободного доступа в результате становится для компаний инструментом коммерциализации.

Другой серьезной проблемой экономического развития является наличие у компаний и научных учреждений интеллектуальной собственности, которую они никак не используют. Б. Лев отмечает, что «смысл управления знаниями состоит в получении максимальных выгод от собственного изобретения и возможно более полное использование открытий других (с соблюдением закона)»¹⁹. Организация, не используя и не коммерциализируя интеллектуальную собственность, лишает и себя, и потенци-

¹⁷ Зинов В.Г., Вовк Д.Н. Инновационный бизнес. Практика передачи технологий. М., 2010. С. 12.

¹⁸ См.: Чесбро Г. Открытые бизнес-модели... С. 32.

¹⁹ Лев Б. Нематериальные активы, управление, измерение, отчетность. М., 2003. С. 43.

альных пользователей возможного дохода. Неиспользуемая интеллектуальная собственность становится статьей бесполезных расходов, демотивирует специалистов, занимавшихся ее разработкой, загромождает каналы распространения идей внутри организации.

По наблюдениям Г. Чесбро, некоторые крупные компании (например, Procter & Gamble, Siemens) в 2002 г. использовали всего 10% своей интеллектуальной собственности²⁰. Основными причинами такого положения дел могут быть либо незнание об имеющейся у организации интеллектуальной собственности, либо отсутствие информации о рынке, спросе и механизмах коммерциализации.

Для преодоления первой проблемы специалисты рекомендуют проведение аудита интеллектуальной собственности. Аудит проводится либо внешней организацией, либо собственным персоналом. Как правило, внутренний аудит уступает по качеству внешнему, зато его стоимость ниже. Основными задачами аудита интеллектуальной собственности являются выявление всей интеллектуальной собственности фирмы, проверка степени ее защиты, определение возможностей доведения результатов интеллектуального труда до формы интеллектуальной собственности, поиск слабых мест в процедурах фирмы по отношению к интеллектуальной собственности²¹.

По итогам аудита организация должна иметь достаточное представление о портфеле своей интеллектуальной собственности. В нем присутствуют как минимум три категории объектов — ключевые, второстепенные и бесполезные. Первая категория включает интеллектуальную собственность, использование которой дает компании конкурентное преимущество, вторая — объекты, которые доходнее коммерциализировать, а третья — объекты, утратившие ценность, например морально устаревшие.

В качестве инструмента упорядочения информации о портфеле интеллектуальной собственности часто используют карты данных (англ. «mapping»)²². Карта содержит визуальное представление об объектах интеллектуальной собственности, степени их новизны, областях, к которым они относятся, и связях между ними. Наиболее реалистичный анализ предусматривает составление карты для всей цепочки ценности компании²³. Недостатком

²⁰ См.: Чесбро Г. Открытые бизнес-модели... С. 30.

²¹ См.: Полторак А., Лернер П. Основы интеллектуальной собственности. М., 2004. С. 67—68.

²² Там же. С. 78.

²³ См.: Чесбро Г. Открытые бизнес-модели... С. 139.

карт является отсутствие подробной информации о каждом объекте интеллектуальной собственности, поэтому опираться на них в случае возникновения судебных споров не стоит. Карты являются инструментом управления интеллектуальной собственностью в организации и показывают общую картину.

Вторая проблема, мешающая организациям оптимально управлять интеллектуальной собственностью, — незнание рынка. Эту проблему компании пытаются решить методом анализа рынка, мониторинга информации об интеллектуальной собственности из специализированных источников, содержащих базы данных зарегистрированной интеллектуальной собственности. Для наглядного представления данных о рынке можно также составить карту интеллектуальной собственности ключевых компаний, о которой имеется информация.

Проблема незнания рынка является комплексной и не может быть решена только на уровне компании. Особенностью рынка интеллектуальной собственности является закрытость и неполнота информации. Сделки, связанные с продажей интеллектуальной собственности, как правило, происходят не открыто, как на бирже, а конфиденциально²⁴. Степень полноты информации зависит от того, насколько развит рынок интеллектуальной собственности в экономике.

А. Арора, а также Г. Чесбро называют рынки интеллектуальной собственности «промежуточными»²⁵. При наличии промежуточных рынков идеи могут уходить из тех компаний, где они не соответствуют их нынешней конфигурации, в другие фирмы, где это соответствие изначально является более высоким²⁶. В качестве примеров промежуточных рынков в литературе описаны биржи и ярмарки инноваций, наукоемких продуктов, патентов и лицензий²⁷. В Европе, например, разработаны технологические платформы по разным направлениям. Идея заключается в создании площадки, на которой все ключевые игроки могли бы встречаться, обсуждать основные направления развития конкретного сектора экономики, получать необходимую информа-

²⁴ См.: *Леонтьев Б.Б.* Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. М., 2002. С. 31.

²⁵ *Arora A., Fosfuri A., Gambardella A.* Market for technology. Cambridge, 2001.

²⁶ См.: *Чесбро Г.* Открытые бизнес-модели... С. 85.

²⁷ См.: *Семенова А.Р.* Пять шагов на пути к эффективной бирже инноваций. Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности и повышение капитализации компании // Мат-лы секционного заседания Третьего Всероссийского форума «Интеллектуальная собственность — XXI век». М., 2010. С. 81.

цию об интеллектуальной собственности. Участники технологической платформы формулируют свое видение развития данного сектора на долгосрочную перспективу, на 10—15 лет, выстраивают систему мероприятий по достижению поставленных целей, формируют программу научных исследований²⁸.

Для управления интеллектуальной собственностью сотрудникам компании не всегда хватает специализированных знаний и опыта в этой области. Поэтому зачастую компании обращаются к внешним специалистам, которые проводят технологический аудит и оценку интеллектуальной собственности и находят покупателей, если компания примет решение о коммерциализации. Специализированные организации, занимающиеся сведением продавцов и покупателей на рынке интеллектуальной собственности, называют инновационными посредниками. К инновационным посредникам относят:

- центры коммерциализации. Деятельность центров коммерциализации направлена в первую очередь на оказание разработчикам широкого спектра услуг по коммерческой реализации результатов научных исследований и разработок²⁹;

- агенты, представляющие интересы одной стороны при обмене интеллектуальной собственностью. Например, компания Big Idea Group (BIG), которая помогает изобретателям, исследователям, предпринимателям и компаниям продвигать инновации на рынок³⁰;

- брокеры и маркетмейкеры, которые пытаются свести стороны вместе для совершения транзакции. Примерами таких посредников являются InnovationXchange³¹ — сообщество на основе индивидуального членства, Ocean Tomo³² — банкир интеллектуальной собственности.

Посредники аккумулируют информацию о научных и технологических решениях и о текущих потребностях компаний.

²⁸ См.: *Годенов И.С.* Европейские технологические платформы. Информационный материал. Томск, 2011. С. 15.

²⁹ См.: *Квашнин А.* Как управлять портфелем технологий и интеллектуальной собственностью: Проект EuropeAid Наука и коммерциализация технологий. М., 2006. С. 8.

³⁰ Официальный сайт компании. URL: <http://www.bigideagroup.net> (дата обращения: 25.05.2014).

³¹ Официальный сайт компании. URL: <http://www.ixc-uk.com> (дата обращения: 25.05.2014).

³² Официальный сайт компании. URL: <http://www.oceantomo.com> (дата обращения: 25.05.2014).

Как правило, у них своя база данных с накопленной информацией о рынке.

Одной из основных задач посредников является снижение асимметрии информации в отношениях между продавцом и покупателем. Зачастую покупатель не в состоянии адекватно оценить перспективность интеллектуальной собственности, потому что не обладают инсайдерской информацией. Возникает своеобразная дилемма: с одной стороны, фирма заинтересована предоставить как можно больше информации, а с другой стороны, чем больше информации она дает, тем выше риск «перелива»³³, т.е. того, что инновационной идеей воспользуются другие фирмы, не заплатив за нее. Инновационные посредники стремятся сохранять баланс между уменьшением асимметрии информации и защитой ключевой конфиденциальной информации.

Услуги инновационных посредников, или внешних коммерциализаторов, компания оплачивает и несет дополнительные затраты. Посредники и коммерциализаторы являются звеном в цепочке доведения интеллектуальной собственности от создателя до покупателя, значит, получают долю от стоимости интеллектуальной собственности. Некоторые специалисты считают, что увеличение числа звеньев несправедливо уменьшает вознаграждение создателя интеллектуальной собственности. Но именно у инновационных посредников есть необходимые ресурсы для успешной коммерциализации интеллектуальной собственности, которая без их помощи не была бы реализована на рынке.

Спрос на интеллектуальную собственность определяется восприимчивостью внутренней среды организации и инновационностью внешней среды. В литературе комплекс внутренних проблем по внедрению внешне приобретенной интеллектуальной собственности называют синдромом «изобретено не здесь». Он проявляется в нежелании руководства и сотрудников компании признавать ценность интеллектуального продукта, созданного внешним разработчиком, в страхе не понять принцип работы изобретения и прочих видах сопротивления использованию внешней интеллектуальной собственности.

Эверетт М. Роджерс³⁴ сосредоточивает внимание на основных параметрах инновации, которые влияют на принятие решения о ее использовании:

³³ См.: *Дежина И.Г.* Государственное регулирование науки в России. М., 2007.

³⁴ *Rogers M.E.* Diffusion of Innovations. 5th ed. N.Y., 2003.

- относительные преимущества по сравнению с уже существующими продуктами, услугами и решениями;
- совместимость с существующими в компании ценностями, имеющимся опытом и потребностями потенциальных пользователей;
- сложность освоения инновации;
- возможность пробного использования инновации (предварительные пробы);
- возможность демонстрации, применения инновации, чтобы субъекты, принимающие решение, могли наблюдать за функционированием инновации.

Для преодоления синдрома «изобретено не здесь» у покупателя коммерциализатору нужно по возможности воздействовать на эти параметры интеллектуального товара. При этом важно защитить собственника от информации, достаточной для имитации товара, и застраховать от ситуации, когда покупатель поймет, что имитация ему обойдется выгоднее, чем приобретение прав у собственника.

Не менее важным фактором, определяющим спрос на интеллектуальную собственность, является внешняя среда. Спрос на рынке интеллектуальной собственности зависит от степени инновационности экономики. Часть специалистов склоняются к тому, что уровень инновационности то уменьшается, то увеличивается. О цикличности корпоративного новаторства сделал вывод Дж. Волперт на основе анкетирования, проведенного Институтом индустриальных исследований: «В начале 1980-х гг. респонденты — руководители компаний утверждали, что инновации — их основной приоритет. Однако уже к концу 1980-х гг. большинство руководителей мало интересовалось инновациями. Подобная же динамика была и в 1990-х гг., в начале десятилетия инновации не упоминались в числе пяти корпоративных приоритетов, зато к концу десятилетия они вернулись в этот список и даже возглавили его»³⁵. Со спадом интереса к инновациям уменьшается инвестирование в собственные разработки и спрос на интеллектуальные товары.

П. Тротт, используя модель Кондратьева, предположил, что каждый цикл инновационности имеет свои ключевые отрасли, генерирующие основной прирост экономики; инфраструктуру; специфические ресурсы; географический фокус. Так, для пятой волны, начавшейся в 1990-е гг., ключевыми отраслями являются

³⁵ Волперт Дж. Нужно ли скрывать инновации. Инновации в бизнесе. М., 2007. С. 57.

компьютерная промышленность, создание цифровых продуктов, телекоммуникации, робототехника, информационные услуги; специфическими ресурсами — газ, нефть, микроэлектроника; инфраструктурой — информационные сети; географическим фокусом — Япония, США, Канада, Германия, Швеция и некоторые другие европейские страны, Тайвань, Корея³⁶.

Сторонники теории открытых инноваций³⁷ полагают, что спрос на интеллектуальную собственность определяется не склонностью к инновационности, изменяющейся циклически, а степенью открытости. Явления, развивающиеся со второй половины XX в. (развитие информационных технологий, возросшая самостоятельность человеческого капитала и проч.) определяют тенденцию постоянно растущей открытости компаний и интерактивности рынка.

П. Тротт, систематизируя модели взаимоотношений компаний на рынке, отмечает, что к рынку до 1980-х гг. применимы в основном линейные модели. Они описывают линейный закрытый процесс следующего преобразования интеллектуальной собственности: разработка, сделанная внутри фирмы подразделением НИОКР; нематериальный актив, используемый компанией для производства продукции; полезный эффект, потребляемый конечными покупателями продукта. Стадии, на которой интеллектуальная собственность воспринимается как интеллектуальный товар, в линейных моделях нет. Основная функция интеллектуальной собственности в линейных моделях — защита процесса производства продукции от конкурентов. Линейная модель «технологический толчок» (англ. *technology push*) на шкале «закрытости» организаций занимает первое место. Модель «рыночный вызов» (англ. *market pull*) является более открытой в части взаимодействия с потребителями, она предполагает, что компания взаимодействует с внешней средой и рынком не только когда продает свой продукт, но и на стадии его проектирования.

С 1980-х гг. открытость компаний возрастает. На смену линейного понимания деятельности компаний приходит понимание в рамках интерактивных моделей. Интерактивная модель предполагает, что создание новых технологий и продуктов является результатом непрерывного взаимодействия рынка, научного сообщества, внутренних разработчиков и менеджмента организации.

³⁶ Trott P. Innovation management and new product development. 4th ed. L., 2008. P. 53.

³⁷ Г. Чесбро, В. Ванхавербеке, К. Симард, Дж. Вест, Дж. Кристенсен, С. Галлагер, М. Глуа.

Относительно современной является модель межорганизационных сетей. Компании взаимодействуют с другими компаниями (поставщиками, конкурентами, покупателями и др.) посредством сети официальных и неофициальных контрактов. Межфирменные сети предполагают несколько форм взаимодействия: обмен информацией; неформальные соглашения и договоры; контрактные отношения и отношения, основанные на различных формах совместной собственности. Наиболее интерактивным рынок является в модели открытых инноваций. Г. Чесбро считает, что «закрытость» компаний приводит к дублированию инновационных разработок и как следствие к растрачиванию ресурсов и потере значительной доли прибыли³⁸. Модель открытых инноваций предполагает максимально эффективное распределение интеллектуальной собственности между компаниями. В случаях когда результаты интеллектуального труда не востребованы внутри компании, она их коммерциализирует. Такой подход стимулирует не отказываться от идей, заведомо ненужных компании, а доводить их до уровня интеллектуального товара. Модель сетей предполагает более устойчивые контракты и связи между фирмами и соответственно конечное (пусть и большое) число внешних организаций, с которыми компания взаимодействует. В модели открытых инноваций количество субъектов, взаимодействующих с компанией, стремится к бесконечности. Поэтому в этой модели важную роль играют рынок интеллектуальной собственности и инновационные посредники.

Модель открытых инноваций считается наиболее актуальной и, как утверждает Г. Чесбро, наиболее прибыльной на настоящий момент. Для экономики рыночного типа она представляет наиболее оптимальное использование интеллектуальных ресурсов. Анализ практики показывает, что модель открытых инноваций реализована лишь в некоторых отраслях (преимущественно связанных с компьютерными технологиями), применяется не всеми компаниями и очень небольшим количеством компаний используется в чистом виде, если вообще такие компании есть.

Рассмотренные проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности актуальны для современной экономики, в которой постоянно растет спрос на интеллектуальные товары. Универсальных методов решения этих проблем на рынке пока не существует. Поэтому руководство компаний, заинтересован-

³⁸ См.: Чесбро Г. Открытые инновации. Новый путь создания и использования технологий. М., 2007.

ных в коммерциализации интеллектуальной собственности, разрабатывает индивидуальные стратегии в зависимости от отрасли, размера, запаса финансовой прочности, продукта, корпоративной культуры, инновационной инфраструктуры экономики, правовой культуры и прочих факторов.

Список литературы

- Аллен К.* Продвижение новых технологий на рынок. М., 2007.
- Антонец В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В.* Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. М., 2009.
- Волперт Дж. Нужно ли скрывать инновации. Инновации в бизнесе. М., 2007.
- Годенов И.С.* Европейские технологические платформы: Информационный материал. Томск, 2011.
- Дежина И.Г.* Государственное регулирование науки в России. М., 2007.
- Джесксон Т.* Intel Inside. История корпорации, совершившей технологическую революцию XX века. М., 2013.
- Зинов В.Г., Вовк Д.Н.* Инновационный бизнес. Практика передачи технологий. М., 2010.
- Квашинин А.* Как управлять портфелем технологий и интеллектуальной собственностью: Проект EuropeAid Наука и коммерциализация технологий. М., 2006.
- Кинселла С.* Против интеллектуальной собственности. М., 2001.
- Лев Б.* Нематериальные активы, управление, измерение, отчетность. М., 2003.
- Леонтьев Б.Б.* Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. М., 2002.
- Николаева Л.П.* Коммерциализация интеллектуальной собственности инновационной компании как фактор экономического развития // Государственное управление. Электронный вестн. 2013. Вып. 39. Август. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/vipusk/39_2013.htm
- Полторак А., Лернер П.* Основы интеллектуальной собственности. М., 2004.
- Чесбро Г.* Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент. М., 2008.
- Чесбро Г.* Открытые инновации. Новый путь создания и использования технологий. М., 2007.
- Столмен Р.* Манифест GNU. 1993. URL: <http://www.gnu.org/gnu/manifesto.ru.html>
- Семенова А.Р.* Пять шагов на пути к эффективной бирже инноваций: Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности и повышение капитализации компании // Мат-лы секционного заседания Третьего Всероссийского форума «Интеллектуальная собственность — XXI век». М., 2010.

- Субер П.* Знание как общественное благо // Вестн. SPARC. 2009. № 11.
URL: <http://webscience.ru/details/znanie-kak-obshchestvennoe-bлаго>
- Официальный сайт компании. URL: <http://www.bigideagroup.net>
- Официальный сайт компании. URL: <http://www.ixc-uk.com>
- Официальный сайт компании. URL: <http://www.oceantomo.com>
- Перевод на русский язык General Public License GNU. 2002. URL:
<http://jxself.org/translations/gpl-2.ru.shtml>
- Arora A., Fosfuri A., Gambardella A.* Market for technology. Cambridge, 2001.
- Boldrin & Levine.* Against intellectual monopoly. 2005. URL: <http://levine.sscnet.ucla.edu/general/intellectual/against.htm>
- Frost R.* The Mending Wall, in North of Boston. N.Y., 1995.
- Heller M.* The Tragedy of the Anticommons // Harvard Law Review. 1998. N 1. URL: <http://wdi.umich.edu/files/publications/workingpapers/wp40.pdf>
- Rogers M.E.* Diffusion of innovations. 5th ed. N.Y., 2003.
- Trott P.* Innovation management and new product development. 4th ed. L., 2008.